

ABSTRAK

Ridwan Ahmad Sadli (1202362). Pola Komunikasi Pemangkas Rambut Barber Shop Sawargi Kepada Pelanggan. Skripsi Departemen Ilmu Komunikasi FPIPS UPI, Bandung (2016).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh komunikasi yang menjadi budaya pada sebuah bisnis pangkas rambut yakni Barber Shop Sawargi. Tempat pangkas rambut yang seharusnya bertujuan hanya memangkas rambut pelanggan sedikit berbeda di Barber Shop Sawargi. Tujuan penelitian ini yaitu: 1) untuk mengetahui jenis komunikasi verbal pemangkas rambut Barber Shop Sawargi kepada pelanggan, 2) untuk mengetahui fungsi komunikasi verbal pemangkas rambut Barber Shop Sawargi kepada pelanggan, 3) untuk mengetahui jenis komunikasi nonverbal pemangkas rambut Barber Shop Sawargi kepada pelanggan, serta 4) untuk mengetahui fungsi komunikasi nonverbal pemangkas rambut Barber Shop Sawargi kepada pelanggan. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif-kualitatif. Subjek utama adalah seluruh pemangkas rambut Barber Shop Sawargi serta informan tambahan adalah pemilik Barber Shop Sawargi dan pelanggan Barber Shop Sawargi. Hasil dari penelitian diketahui bahwa masing-masing pemangkas rambut Barber Shop Sawargi membuat pola komunikasi yang memberikan kesan suportif kepada pelanggan, dimana pemangkas rambut Barber Shop Sawargi memiliki kemampuan komunikasi verbal yang baik dengan minimnya kesalahan komunikasi yang dibuat. Pemangkas rambut Barber Shop Sawargi menggunakan bahasa Indonesia dan Sunda serta menggunakan kata formal untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Untuk komunikasi nonverbal Pemangkas rambut Barber Shop Sawargi menggunakan pakaian rapi dan wewangian, menggunakan intonasi suara rendah, mengambil jarak dekat, serta berjabat tangan untuk menghormati pelanggan. Pemangkas rambut Barber Shop Sawargi jarang menggunakan fungsi komunikasi nonverbal, tindakan tersebut dilakukan hanya sebatas reflek.

Kata Kunci: Pola komunikasi, komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, Barber Shop Sawargi

ABSTRACT

Ridwan Ahmad Sadli (1202362). *Communication pattern Barbers at Barber Shop Sawargi to Customers*. Undergraduate Thesis Communications Department FPIPS UPI, Bandung (2016).

The research is motivated by communication which becomes a culture in a barbershop, particularly in Barber Shop Sawargi. Barbershop which should be aimed only at styling customer's hair has a little different function in Barber Shop Sawargi. The purpose of this study are: 1) to determine the type of verbal communication performed by barbers to its customers, 2) to determine the function of verbal communication of barber in Barber Shop Sawargi to its customers, 3) to determine the type of nonverbal communication barber in Barber Shop Sawargi to customers, as well as 4) to determine the function of nonverbal communication performed by Barber Shop Sawargi's barber to its customers. The approach is used qualitative and descriptive-qualitative method. The main subject is all barbers in Barber Shop Sawargi as well as additional informant, who are the owner and customer of Barber Shop Sawargi. The study shows that every barber in Barber Shop Sawargi creates communication pattern that gives supportive impression to the customer, while Barbers in Barber Shop Sawargi have good verbal communication skills, which are indicated by the minimum level of performed communication errors. Barbers in Barber Shop Sawargi use Bahasa and Sundanese, and tend to use formal words to communicate with customers. Barbers in Barber Shop Sawargi dressed neatly and using fragrances, using a low tone voice, take a close range, as well as shaking hands to show their respect to the customers. Barbers in Barber Shop Sawargi rarely use the form nonverbal communication function, the act which is performed can be consider as merely reflexes.

Keywords: *Communication pattern, verbal communication, nonverbal communication, Barber Shop Sawargi*